

11. 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于指定网站和公司网站。为全面了解本公司生产经营状况和财务成果及公司的未来发展规划，投资者应到指定网站阅读年度报告全文。

12. 公司年度财务报告已经立信会计师事务所有限公司审计并出具了标准无保留意见的审计报告。

13. 公司负责人费仲刚、主管会计工作负责人张群祥及会计机构负责人、会计主管人员 乔春燕声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

2.1 基本情况简介	
股票简称	康耐特
股票代码	300061
上市交易所	深圳证券交易所
注册地址	上海市浦东新区川大路555号
注册地址的邮政编码	201200
办公地址的邮政编码	上海市浦东新区川大路555号
公司网站互联网网址	www.conantoptical.com
电子邮箱	zhong@conantoptical.com
2.2 联系人及联系方式	
姓名	董事会秘书 李康群
联系地址	上海市浦东新区川大路555号 上海市浦东新区川大路555号
电话	021-58598866-1298 021-58598866-1218
传真	021-58598635 021-58598635
电子邮箱	zhong@conantoptical.com lics@conantoptical.com

3.1 主要会计数据

§ 3 会计数据和业务数据摘要

单位:元

	2010年	2009年	本年比上年增减 (%)	2008年
营业总收入(元)	170,377,405.01	168,114,814.10	1.35%	144,334,779.75
利润总额(元)	17,947,529.06	24,706,740.81	-27.36%	16,118,718.85
归属于上市公司股东的净利润	16,012,494.56	21,396,190.89	-25.16%	14,653,994.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,140,861.82	20,702,113.14	-41.35%	12,942,572.82
经营活动产生的现金流量净额	20,540,331.71	27,046,990.26	-24.06%	4,269,953.07
	2010年末	2009年末	本年比上年末增 减(%)	2008年末
总资产(元)	466,253,596.84	218,493,304.65	113.93%	195,575,319.74
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	369,121,736.47	100,513,777.57	267.23%	79,117,586.68
股本(股)	60,000,000.00	45,000,000.00	33.33%	45,000,000.00

3.2 主要财务指标				
	2010年	2009年	本年比上年增减	2008年
基本每股收益(元/股)	0.28	0.48	-41.67%	0.3256
稀释每股收益(元/股)	0.28	0.48	-41.67%	0.3256
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.22	0.46	-52.17%	0.2876
加权平均净资产收益率(%)	5.37%	23.82%	-18.45%	20.41%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	4.07%	23.05%	-18.98%	18.03%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.34	0.60	-43.33%	0.09
	2010年末	2009年末	本年比上年末增 减(%)	2008年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	6.15	2.23	175.78%	1.76
扣除非经常性损益项目				

非经常性损益明细表	
非流动资产处置损益	-2,130,517.56
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	5,475,118.80
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	4,458,515.92
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-3,248,344.23
所得税影响额	-683,150.23
合计	3,871,632.74

4.1 对经营情况讨论与分析

一、经营情况

2010年是公司发展史上非常重要的一年,经中国证券监督管理委员会《证监许可[2010]251号》文批准,公司于2010年3月10日公开发行人民币普通股(A股)1,500万股,募集资金净额为252,595,464.34元,并于2010年3月19日在深圳证券交易所挂牌上市。公司资本实力得到大幅提升,为未来发展打下了一个良好的基础。

报告期内,公司实现营业收入170,377,405.01元,较上年同期增长1.35%;实现营业利润10,144,417.80元,较上年同期下降75.54%;实现利润总额17,947,529.06元,较上年同期下降27.36%;实现净利润16,012,494.56元,较上年同期下降25.16%。

二、公司核心竞争力

公司的核心竞争力主要体现在:产品质量、产品品种、客户资源、服务、市场品牌等方面。报告期内,公司上述核心竞争力都不同程度地得到了提升。

1. 技术优势

公司是国内较早从事眼镜镜片生产的企业之一,自成立以来就以技术创新为起点,依靠自主研发,积极开发新产品,不断改进生产工艺,不但公司产品品质大大提高,还获得多项自主知识产权成果。截至2010年末,公司拥有15项专利,其中发明专利6项,实用新型专利9项。通过在国家知识产权局网站的专利检索,公司产品在技术领域具有自主知识产权,在行业内排名靠前,具备在行业内竞争中领先的优势。

2. 品质优势

自2003年以来,公司始终奉行“质量第一”的经营理念,先后通过ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、ISO13485医疗器械质量管理体系认证,成为自实施生产许可证制度以来国内眼镜镜片生产领域获得生产许可证的企业之一。

三、公司核心竞争力

公司的核心竞争力主要体现在:产品质量、产品品种、客户资源、服务、市场品牌等方面。报告期内,公司上述核心竞争力都不同程度地得到了提升。

1. 技术优势

公司是国内较早从事眼镜镜片生产的企业之一,自成立以来就以技术创新为起点,依靠自主研发,积极开发新产品,不断改进生产工艺,不但公司产品品质大大提高,还获得多项自主知识产权成果。截至2010年末,公司拥有15项专利,其中发明专利6项,实用新型专利9项。通过在国家知识产权局网站的专利检索,公司产品在技术领域具有自主知识产权,在行业内排名靠前,具备在行业内竞争中领先的优势。

2. 品质优势

自2003年以来,公司始终奉行“质量第一”的经营理念,先后通过ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、ISO13485医疗器械质量管理体系认证,成为自实施生产许可证制度以来国内眼镜镜片生产领域获得生产许可证的企业之一。

证券代码:300061 证券简称:康耐特 公告编号:2011-008

## 上海康耐特光学股份有限公司

### 2010 年度报告摘要

1. 国内市场和国外市场

4. 客户结构

5. 品牌优势

6. 公司未来发展战略

7. 国内市场和国外市场

8. 客户结构

9. 品牌优势

10. 公司未来发展战略

11. 国内市场和国外市场

12. 客户结构

13. 品牌优势

14. 公司未来发展战略

15. 国内市场和国外市场

16. 客户结构

17. 品牌优势

18. 公司未来发展战略

19. 国内市场和国外市场

20. 客户结构

21. 品牌优势

22. 公司未来发展战略

23. 国内市场和国外市场

24. 客户结构

25. 品牌优势

26. 公司未来发展战略

27. 国内市场和国外市场

28. 客户结构

29. 品牌优势

30. 公司未来发展战略

31. 国内市场和国外市场

32. 客户结构

33. 品牌优势

34. 公司未来发展战略

35. 国内市场和国外市场

36. 客户结构

37. 品牌优势

38. 公司未来发展战略

39. 国内市场和国外市场

40. 客户结构

41. 品牌优势

42. 公司未来发展战略

43. 国内市场和国外市场

44. 客户结构

45. 品牌优势

46. 公司未来发展战略

47. 国内市场和国外市场

48. 客户结构

49. 品牌优势

50. 公司未来发展战略

51. 国内市场和国外市场

52. 客户结构

53. 品牌优势

54. 公司未来发展战略

55. 国内市场和国外市场

56. 客户结构

57. 品牌优势

58. 公司未来发展战略

59. 国内市场和国外市场

60. 客户结构

61. 品牌优势

62. 公司未来发展战略

63. 国内市场和国外市场

64. 客户结构

65. 品牌优势

66. 公司未来发展战略

67. 国内市场和国外市场

68. 客户结构

69. 品牌优势

70. 公司未来发展战略

71. 国内市场和国外市场

72. 客户结构

73. 品牌优势

74. 公司未来发展战略

75. 国内市场和国外市场

76. 客户结构

77. 品牌优势

78. 公司未来发展战略

79. 国内市场和国外市场

80. 客户结构

81. 品牌优势

82. 公司未来发展战略

83. 国内市场和国外市场

84. 客户结构

85. 品牌优势

86. 公司未来发展战略

87. 国内市场和国外市场

88. 客户结构

89. 品牌优势

90. 公司未来发展战略

91. 国内市场和国外市场

92. 客户结构

93. 品牌优势

94. 公司未来发展战略

95. 国内市场和国外市场

96. 客户结构

97. 品牌优势

98. 公司未来发展战略

99. 国内市场和国外市场

100. 客户结构

101. 品牌优势

102. 公司未来发展战略

103. 国内市场和国外市场

104. 客户结构

105. 品牌优势

106. 公司未来发展战略

107. 国内市场和国外市场

108. 客户结构

109. 品牌优势

110. 公司未来发展战略

111. 国内市场和国外市场

112. 客户结构

113. 品牌优势

114. 公司未来发展战略

115. 国内市场和国外市场

116. 客户结构

117. 品牌优势

118. 公司未来发展战略

119. 国内市场和国外市场

120. 客户结构

121. 品牌优势

122. 公司未来发展战略

123. 国内市场和国外市场

124. 客户结构

125. 品牌优势

126. 公司未来发展战略

127. 国内市场和国外市场

128. 客户结构

129. 品牌优势

130. 公司未来发展战略

131. 国内市场和国外市场

132. 客户结构

133. 品牌优势

134. 公司未来发展战略

135. 国内市场和国外市场

136. 客户结构

137. 品牌优势

138. 公司未来发展战略

139. 国内市场和国外市场

140. 客户结构

141. 品牌优势

142. 公司未来发展战略

143. 国内市场和国外市场

144. 客户结构

145. 品牌优势

146. 公司未来发展战略

147. 国内市场和国外市场

148. 客户结构

149. 品牌优势

150. 公司未来发展战略

151. 国内市场和国外市场

152. 客户结构

153. 品牌优势

154. 公司未来发展战略

155. 国内市场和国外市场

156. 客户结构

157. 品牌优势

158. 公司未来发展战略

159. 国内市场和国外市场

160. 客户结构

161. 品牌优势

162. 公司未来发展战略

163. 国内市场和国外市场

164. 客户结构

165. 品牌优势

166. 公司未来发展战略

167. 国内市场和国外市场

168. 客户结构

169. 品牌优势

170. 公司未来发展战略

171. 国内市场和国外市场

172. 客户结构

173. 品牌优势

174. 公司未来发展战略

175. 国内市场和国外市场

176. 客户结构

177. 品牌优势

178. 公司未来发展战略

179. 国内市场和国外市场

180. 客户结构

181. 品牌优势

182. 公司未来发展战略

183. 国内市场和国外市场

184. 客户结构

185. 品牌优势

186. 公司未来发展战略

187. 国内市场和国外市场

188. 客户结构

189. 品牌优势

190. 公司未来发展战略

191. 国内市场和国外市场

192. 客户结构

193. 品牌优势

194. 公司未来发展战略

195. 国内市场和国外市场

196. 客户结构

197. 品牌优势

198. 公司未来发展战略

199. 国内市场和国外市场

200. 客户结构

201. 品牌优势

202. 公司未来发展战略

203. 国内市场和国外市场

204. 客户结构

205. 品牌优势

206. 公司未来发展战略

207. 国内市场和国外市场

208. 客户结构

209. 品牌优势

210. 公司未来发展战略

211. 国内市场和国外市场

212. 客户结构

213. 品牌优势

214. 公司未来发展战略

215. 国内市场和国外市场

216. 客户结构

217. 品牌优势

218. 公司未来发展战略

219. 国内市场和国外市场

220. 客户结构

221. 品牌优势

222. 公司未来发展战略

223. 国内市场和国外市场

224. 客户结构

225. 品牌优势

226. 公司未来发展战略

227. 国内市场和国外市场

228. 客户结构

229. 品牌优势

230. 公司未来发展战略

231. 国内市场和国外市场

232. 客户结构

233. 品牌优势

234. 公司未来发展战略

235. 国内市场和国外市场

236. 客户结构

237. 品牌优势

238. 公司未来发展战略

239. 国内市场和国外市场

240. 客户结构

241. 品牌优势

242. 公司未来发展战略

243. 国内市场和国外市场

244. 客户结构

245. 品牌优势

246. 公司未来发展战略

247. 国内市场和国外市场

248. 客户结构

249. 品牌优势

250. 公司未来发展战略

251. 国内市场和国外市场

252. 客户结构

253. 品牌优势

254. 公司未来发展战略

255. 国内市场和国外市场

256. 客户结构

257. 品牌优势

258. 公司未来发展战略

259. 国内市场和国外市场

260. 客户结构

261. 品牌优势

262. 公司未来发展战略

263. 国内市场和国外市场

264. 客户结构

265. 品牌优势

266. 公司未来发展战略

267. 国内市场和国外市场

268. 客户结构

269. 品牌优势

270. 公司未来发展战略

271. 国内市场和国外市场

272. 客户结构

273. 品牌优势

274. 公司未来发展战略

275. 国内市场和国外市场

276. 客户结构

277. 品牌优势

278. 公司未来发展战略

279. 国内市场和国外市场

280. 客户结构

281. 品牌优势

282. 公司未来发展战略

283. 国内市场和国外市场

284. 客户结构

285. 品牌优势

286. 公司未来发展战略

287. 国内市场和国外市场

288. 客户结构

289. 品牌优势

290. 公司未来发展战略

291. 国内市场和国外市场

292. 客户结构

293. 品牌优势

294. 公司未来发展战略

295. 国内市场和国外市场

296. 客户结构

297. 品牌优势

298. 公司未来发展战略

299. 国内市场和国外市场

300. 客户结构

301. 品牌优势

302. 公司未来发展战略

303. 国内市场和国外市场

304. 客户结构

305. 品牌优势

306. 公司未来发展战略

307. 国内市场和国外市场

308. 客户结构

309. 品牌优势

310. 公司未来发展战略

311. 国内市场和国外市场

312. 客户结构

313. 品牌优势

314. 公司未来发展战略

315. 国内市场和国外市场

316. 客户结构

317. 品牌优势

318. 公司未来发展战略

319. 国内市场和国外市场

320. 客户结构

321. 品牌优势

322. 公司未来发展战略

323. 国内市场和国外市场

324. 客户结构

325. 品牌优势

326. 公司未来发展战略

327. 国内市场和国外市场

328. 客户结构

329. 品牌优势

330. 公司未来发展战略

331. 国内市场和国外市场

332. 客户结构

333. 品牌优势

334. 公司未来发展战略

335. 国内市场和国外市场

336. 客户结构

337. 品牌优势

338. 公司未来发展战略

339. 国内市场和国外市场

340. 客户结构

341. 品牌优势

342. 公司未来发展战略

343. 国内市场和国外市场

344. 客户结构

345. 品牌优势

346. 公司未来发展战略

347. 国内市场和国外市场

348. 客户结构

349. 品牌优势

350. 公司未来发展战略

351. 国内市场和国外市场

352. 客户结构

353. 品牌优势

354. 公司未来发展战略

355. 国内市场和国外市场

356. 客户结构

357. 品牌优势

358. 公司未来发展战略

359. 国内市场和国外市场

360. 客户结构

361. 品牌优势

362. 公司未来发展战略

363. 国内市场和国外市场

364. 客户结构

365. 品牌优势

366. 公司未来发展战略

367. 国内市场和国外市场

368. 客户结构

369. 品牌优势

370. 公司未来发展战略

371. 国内市场和国外市场

372. 客户结构

373. 品牌优势

374. 公司未来发展战略

375. 国内市场和国外市场

376. 客户结构

377. 品牌优势

378. 公司未来发展战略

379. 国内市场和国外市场

380. 客户结构

381. 品牌优势

382. 公司未来发展战略

383. 国内市场和国外市场

384. 客户结构

385. 品牌优势

386. 公司未来发展战略

387. 国内市场和国外市场

388. 客户结构

389. 品牌优势

390. 公司未来发展战略

391. 国内市场和国外市场

392. 客户结构

393. 品牌优势

394. 公司未来发展战略

395. 国内市场和国外市场

396. 客户结构

397. 品牌优势

398. 公司未来发展战略

399. 国内市场和国外市场

400. 客户结构

401. 品牌优势

402. 公司未来发展战略

403. 国内市场和国外市场

404. 客户结构

405. 品牌优势

406. 公司未来发展战略

407. 国内市场和国外市场

408. 客户结构

409. 品牌优势

410. 公司未来发展战略

411. 国内市场和国外市场

412. 客户结构

413. 品牌优势

414. 公司未来发展战略

415. 国内市场和国外市场

416. 客户结构

417. 品牌优势

418. 公司未来发展战略

419. 国内市场和国外市场

420. 客户结构

421. 品牌优势

422. 公司未来发展战略

423. 国内市场和国外市场

424. 客户结构

425. 品牌优势

426. 公司未来发展战略

427. 国内市场和国外市场

428. 客户结构

429. 品牌优势

430. 公司未来发展战略

431. 国内市场和国外市场

432. 客户结构

433. 品牌优势

434. 公司未来发展战略

435. 国内市场和国外市场

436. 客户结构

437. 品牌优势

438. 公司未来发展战略

439. 国内市场和国外市场

440. 客户结构

441. 品牌优势

442. 公司未来发展战略

443. 国内市场和国外市场

444. 客户结构

445. 品牌优势

446. 公司未来发展战略

447. 国内市场和国外市场

448. 客户结构

449. 品牌优势

450. 公司未来发展战略

451. 国内市场和国外市场

452. 客户结构

453. 品牌优势

454. 公司未来发展战略

455. 国内市场和国外市场

456. 客户结构

457. 品牌优势

458. 公司未来发展战略

459. 国内市场和国外市场

460. 客户结构

461. 品牌优势

462. 公司未来发展战略

463. 国内市场和国外市场

464. 客户结构

465. 品牌优势

466. 公司未来发展战略

467. 国内市场和国外市场

468. 客户结构

469. 品牌优势

470. 公司未来发展战略

471. 国内市场和国外市场

472. 客户结构

473. 品牌优势

474. 公司未来发展战略

475. 国内市场和国外市场

476. 客户结构

477. 品牌优势

478. 公司未来发展战略

479. 国内市场和国外市场

480. 客户结构

481. 品牌优势

482. 公司未来发展战略

483. 国内市场和国外市场

484. 客户结构

485. 品牌优势

486. 公司未来发展战略

487. 国内市场和国外市场

488. 客户结构

489. 品牌优势

490. 公司未来发展战略

491. 国内市场和国外市场

492. 客户结构

493. 品牌优势

494. 公司未来发展战略

495. 国内市场和国外市场

496. 客户结构

497. 品牌优势

498. 公司未来发展战略

499. 国内市场和国外市场

500. 客户结构

501. 品牌优势

502. 公司未来发展战略

503. 国内市场和国外市场

504. 客户结构

505. 品牌优势

506. 公司未来发展战略

507. 国内市场和国外市场

508. 客户结构

509. 品牌优势

510. 公司未来发展战略

511. 国内市场和国外市场

512. 客户结构

513. 品牌优势

514. 公司未来发展战略

515. 国内市场和国外市场

516. 客户结构

517. 品牌优势

518. 公司未来发展战略

519. 国内市场和国外市场

520. 客户结构

521. 品牌优势

522. 公司未来发展战略

523. 国内市场和国外市场

524. 客户结构

525. 品牌优势

526. 公司未来发展战略

527. 国内市场和国外市场

528. 客户结构

529. 品牌优势

530. 公司未来发展战略

531. 国内市场和国外市场

532. 客户结构

533. 品牌优势

534. 公司未来发展战略

535. 国内市场和国外市场

536. 客户结构

537. 品牌优势

538. 公司未来发展战略

539. 国内市场和国外市场

540. 客户结构

541. 品牌优势

542. 公司未来发展战略

543. 国内市场和国外市场

544. 客户结构

545. 品牌优势

546. 公司未来发展战略

547. 国内市场和国外市场

548. 客户结构

549. 品牌优势

550. 公司未来发展战略

551. 国内市场和国外市场

552. 客户结构

553. 品牌优势

554. 公司未来发展战略

555. 国内市场和国外市场

556. 客户结构

557. 品牌优势

558. 公司未来发展战略

559. 国内市场和国外市场

560. 客户结构

561. 品牌优势

562. 公司未来发展战略

563. 国内市场和国外市场

564. 客户结构

565. 品牌优势

566. 公司未来发展战略

567. 国内市场和国外市场

568. 客户结构

569. 品牌优势

570. 公司未来发展战略

571. 国内市场和国外市场

572. 客户结构

573. 品牌优势

574. 公司未来发展战略

575. 国内市场和国外市场

576. 客户结构

577. 品牌优势

578. 公司未来发展战略

579. 国内市场和国外市场

580. 客户结构

581. 品牌优势

582. 公司未来发展战略

583. 国内市场和国外市场

584. 客户结构

585. 品牌优势

586. 公司未来发展战略

587. 国内市场和国外市场

588. 客户结构

589. 品牌优势

590. 公司未来发展战略

591. 国内市场和国外市场

592. 客户结构

593. 品牌优势

594. 公司未来发展战略

595. 国内市场和国外市场

596. 客户结构

597. 品牌优势

598. 公司未来发展战略

599. 国内市场和国外市场

600. 客户结构

601. 品牌优势

602. 公司未来发展战略

603. 国内市场和国外市场

604. 客户结构

605. 品牌优势

606. 公司未来发展战略

607. 国内市场和国外市场

608. 客户结构

609. 品牌优势

610. 公司未来发展战略

611. 国内市场和国外市场

612. 客户结构

613. 品牌优势

614. 公司未来发展战略

615. 国内市场和国外市场

616. 客户结构

617. 品牌优势

618. 公司未来发展战略

619. 国内市场和国外市场

620. 客户结构

621. 品牌优势

622. 公司未来发展战略

623. 国内市场和国外市场

624. 客户结构

625. 品牌优势

626. 公司未来发展战略

627. 国内市场和国外市场

628. 客户结构

629. 品牌优势

630. 公司未来发展战略

631. 国内市场和国外市场

632. 客户结构

633. 品牌优势

634. 公司未来发展战略

635. 国内市场和国外市场

636. 客户结构

637. 品牌优势

638. 公司未来发展战略

639. 国内市场和国外市场

640. 客户结构

641. 品牌优势

642. 公司未来发展战略

643. 国内市场和国外市场

644. 客户结构

645. 品牌优势

646. 公司未来发展战略

647. 国内市场和国外市场

648. 客户结构

649. 品牌优势

650. 公司未来发展战略

651. 国内市场和国外市场

652. 客户结构

653. 品牌优势

654. 公司未来发展战略

655. 国内市场和国外市场

656. 客户结构

657. 品牌优势

658. 公司未来发展战略

659. 国内市场和国外市场

660. 客户结构

661. 品牌优势

662. 公司未来发展战略

663. 国内市场和国外市场

664. 客户结构

665. 品牌优势

666. 公司未来发展战略

667. 国内市场和国外市场

668. 客户结构

669. 品牌优势

670. 公司未来发展战略

671. 国内市场和国外市场

672. 客户结构

673. 品牌优势

674. 公司未来发展战略

675. 国内市场和国外市场

676. 客户结构

677. 品牌优势

678. 公司未来发展战略

679. 国内市场和国外市场

680. 客户结构

681. 品牌优势

682. 公司未来发展战略

683. 国内市场和国外市场

684. 客户结构

685. 品牌优势

686. 公司未来发展战略

687. 国内市场和国外市场

688. 客户结构

689. 品牌优势

690. 公司未来发展战略

691. 国内市场和国外市场

692. 客户结构

693. 品牌优势

694. 公司未来发展战略

695. 国内市场和国外市场

696. 客户结构

697. 品牌优势

698. 公司未来发展战略

699. 国内市场和国外市场

700. 客户结构

701. 品牌优势

702. 公司未来发展战略

703. 国内市场和国外市场

704. 客户结构

705. 品牌优势

706. 公司未来发展战略

707. 国内市场和国外市场

708. 客户结构

709. 品牌优势

710. 公司未来发展战略

711. 国内市场和国外市场

712. 客户结构

713. 品牌优势

714. 公司未来发展战略

715. 国内市场和国外市场

716. 客户结构

717. 品牌优势

718. 公司未来发展战略

719. 国内市场和国外市场

720. 客户结构

721. 品牌优势

722. 公司未来发展战略

723. 国内市场和国外市场

724. 客户结构

725. 品牌优势

726. 公司未来发展战略

727. 国内市场和国外市场

728. 客户结构

729. 品牌优势

730. 公司未来发展战略

731. 国内市场和国外市场